

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
SANEAMENTO DE GOIÁS S. A
CENTRO DE SELEÇÃO
EDITAL n. 001/2017

**CONCURSO PARA INGRESSO NOS CARGOS DO
QUADRO DE LOTAÇÃO DA SANEAGO**

Cargo: Analista de Comunicação – Publicitário

PLANILHA DE NOTAS – QUESTÃO 1

ITEM	ATIVIDADES/PROCEDIMENTOS	NOTA MÁXIMA
1	Conhecimento técnico do conteúdo	10
	Os Estudos Culturais não mantêm o foco somente na produção ou na recepção, mas sim todo o processo é levado em conta. Neste sentido, se diferenciam de autores da Escola de Frankfurt e têm como um de seus principais expoentes o autor Stuart Hall	2,0
	Mencionar o foco na cultura, ideologia, em atribuições de sentidos e/ou valores simbólicos	3,0
	Mencionar que não necessariamente a decodificação das mensagens tem o mesmo sentido do pretendido na codificação. Há um agenciamento dos indivíduos socialmente situados, com as mensagens	4,0
	Citar três formas previstas por Stuart Hall: apropriação, negociação e negação dos sentidos no momento da decodificação	1,0
2	Clareza na exposição, consistência dos argumentos e coerência e coesão textuais	6
	Clareza na exposição	2,0
	Consistência dos argumentos	2,0
	Coerência e coesão textuais	2,0
3	Uso adequado da Língua Portuguesa	4

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
SANEAMENTO DE GOIÁS S. A
CENTRO DE SELEÇÃO
EDITAL n. 001/2017

**CONCURSO PARA INGRESSO NOS CARGOS DO
QUADRO DE LOTAÇÃO DA SANEAGO**

Cargo: Analista de Comunicação – Publicitário

PLANILHA DE NOTAS – QUESTÃO 2

ITEM	ATIVIDADES/PROCEDIMENTOS	NOTA MÁXIMA
1	Conhecimento técnico do conteúdo Contexto atual, de excesso de informação, exige maior esforço e criatividade do anunciante para capturar a atenção e o interesse do consumidor, independente de seu potencial de investimento.	10
	Comunicação precisa ser estratégica, devidamente pensada e planejada, a partir dos objetivos que se pretende obter com seu uso. Integração de ferramentas de comunicação deve ser priorizada, pois possibilita a otimização dos recursos.	1,0
	A otimização dos recursos pode ser alcançada com a integração dos canais de comunicação, que estejam ao alcance do anunciante, bem como com o reforço de um mesmo posicionamento de marca.	2,0
	Observar, no entanto, a adequação da linguagem, uma vez que se faz necessário adaptar a mensagem às características de cada veículo utilizado.	3,0
	Para além da otimização, para cada ferramenta de comunicação, precisam ser definidos critérios, métricas, que garantam o acompanhamento e o desenvolvimento de cada esforço planejado, ao longo do tempo. As métricas servem para diagnosticar acertos e desvios, e são utilizadas para definir a continuidade ou o ajuste dos esforços planejados, ao longo e ao final do processo.	1,0
2	Clareza na exposição, consistência dos argumentos e coerência e coesão textuais	3,0
	Clareza na exposição	2,0
	Consistência dos argumentos	2,0
3	Coerência e coesão textuais	2,0
	Uso adequado da Língua Portuguesa	4